



## Economía



## Dinero



4 min

## La televisión e internet preparan su acoplamiento

La gran oportunidad reside en la expansión de fuentes de ingresos

## Desgloses

LA PALABRA DEL  
TELESPECTADOR

## Noticias relacionadas

## Internet

Alta definición, la próxima frontera  
LA VANGUARDIA - 30/04/2006

## Tecnología

## Noticias

Alta definición, la próxima frontera  
LA VANGUARDIA - 30/04/2006

Fuerza mental  
JOSEP CORBELLA - 26/04/2006

Más de 650 expertos participan en el congreso IEEE Infocom dedicado a las telecomunicaciones  
LVD - 24/04/2006 - 09.23 horas

El cine de alta definición sacará a la luz los defectos de las caras famosas [E]  
PATRICIA TUBELLA - 23/04/2006

## Galerías de fotos

Novedades en SIMO 2004

*La proximidad entre dos fuerzas que siempre se han visto como competidoras se hace patente*

NORBERTO GALLEGO - 30/04/2006

Radiodifusores, operadores de cable y satélite, compañías de telecomunicaciones, grupos multimedia, fabricantes de hardware y electrónica de consumo, todos están pendientes

de la cúpula entre dos formas de distribución de programas de televisión. La divisoria entre la TV convencional e internet se hará difusa cuando la banda ancha esté presente en más de la mitad de los hogares, dicen los analistas. Un factor sociológico acelerará el proceso: las generaciones ascendentes, familiarizadas con el entretenimiento digital, son reacias a la televisión tal como la conocemos.

Con el auge de la banda ancha (y más ancha), de potentes y versátiles ordenadores, y gracias a una rápida sustitución del parque de televisores, se hace patente la proximidad entre dos fuerzas que siempre se han visto como competidoras por el tiempo de los consumidores. La televisión convencional se relaciona con un espectador pasivo, mientras que internet le facilita la interactividad y personalización de sus contenidos. La confluencia entre ambas recibe el nombre de Internet Protocol Television, o más sencillamente IPTV.

Ambas comparten un protocolo de comunicación. Pero, a diferencia de internet, que es una red abierta con propensión al caos, la IPTV es un sistema cerrado, en el que son los operadores, no los usuarios, quienes controlan las aplicaciones. Sus servicios se prestan en un entorno protegido, y el suministrador define las reglas de la navegación. Este es un elemento que tranquiliza mucho a los propietarios de los contenidos audiovisuales. Para los operadores de telecomunicaciones, es el Grial que andaban buscando.

En España, Telefónica comercializa desde hace más de dos años el servicio Imagenio, un desarrollo propio que responde a la definición de IPTV: 49 canales de TV y 15 de audio, más un catálogo de vídeo bajo demanda, llegan a los consumidores a través de la red telefónica. Según datos facilitados por la empresa, Imagenio tiene más de 250.000 abonados, más de un 5% sobre la cobertura potencial de 4,6 millones de hogares en 140 ciudades. A corto plazo, el objetivo es ampliar la cobertura; para finales de la década, llegar al 20% de abonados.

Imagenio usa la tecnología ADSL 2+, con un ancho de banda de hasta 8 Mbits por segundo, y articula una oferta comercial que la jerga del sector denomina triple play (vídeo + telefonía + internet). Jorge Ruano, gerente de servicios multimedia de Telefónica I+ D, explicaba recientemente que el operador está dando los primeros pasos para implantar la tecnología VDSL, que permitirá elevar el ancho de banda hasta 50 Mbits/ s. La ampliación es necesaria si se pretende añadir prestaciones más ambiciosas, como la alta definición y los juegos online, pero también para alcanzar la convergencia con la telefonía móvil (*quadruple play*), cuando la red lo permita, la demanda lo justifique y el regulador lo autorice. Telefónica cuenta con una ventaja, la extensa red de fibra óptica que une sus centrales y que sólo deberá completarse acercando su capacidad hasta los bloques de edificios.

Todos los grandes operadores europeos se interesan en los servicios IPTV. En los próximos meses, France

Télécom introducirá en España MaLigne TV[ imaginamos que bajo otra marca], que tiene en Francia más de 200.000 abonados. Según Benjamin Schwarz, responsable del desarrollo de este negocio, en los planes del 2006 figura entrar en el Reino Unido, Holanda y Polonia, donde FT tiene filiales.

La inminente llegada de un competidor de esta envergadura ha inspirado la alianza estratégica que días atrás firmaron César Alierta, presidente de